

De Brasileñas y Mexicanas...



Brian Martin-Onraët y Emilio Valencia
Énfasis Investigación de Mercados

Las mujeres tienen roles cada vez más importantes en la sociedad. En lo político, lo laboral, el deporte o el sector empresarial, la mujer en América Latina ha encontrado, a base de lucha y liberación, un lugar cada vez más amplio: basta mencionar la reciente elección de Michelle Bachelet a la Presidencia de Chile.

El renovado papel de la mujer tiene dos impactos: primero en la sociedad y en la economía nacional donde se desempeñan, segundo en las estrategias regionales de las marcas. Hablar de mujeres “latinas” como si fueran idénticas desde Tijuana hasta Punta del Este, en realidad, encubre enormes variaciones en actitudes, valores y comportamientos. Para iniciar este esfuerzo de entendimiento regional, vamos a comparar a las mujeres de los dos países más grandes de América Latina: México y Brasil.

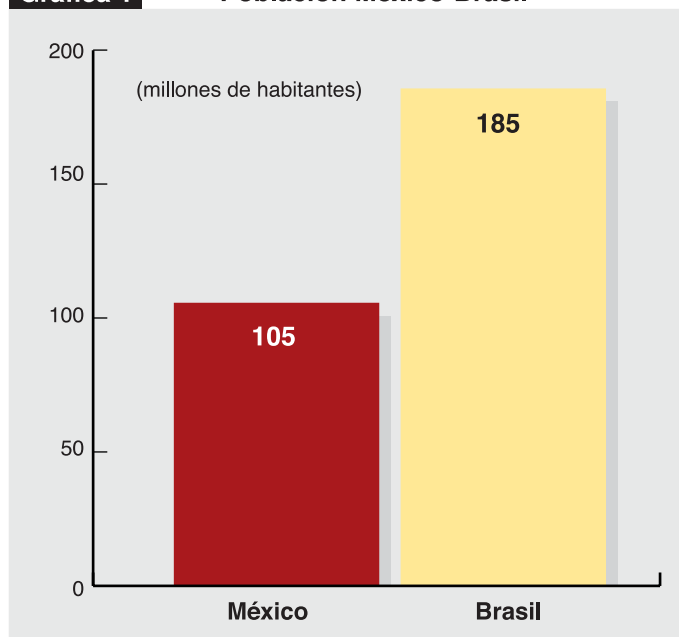
México y Brasil: Contexto General

México tiene una población de 105 millones de habitantes ¹. Brasil: 185 millones ², 76% más que México (gráfica 1). Sin embargo, México supera amplia-

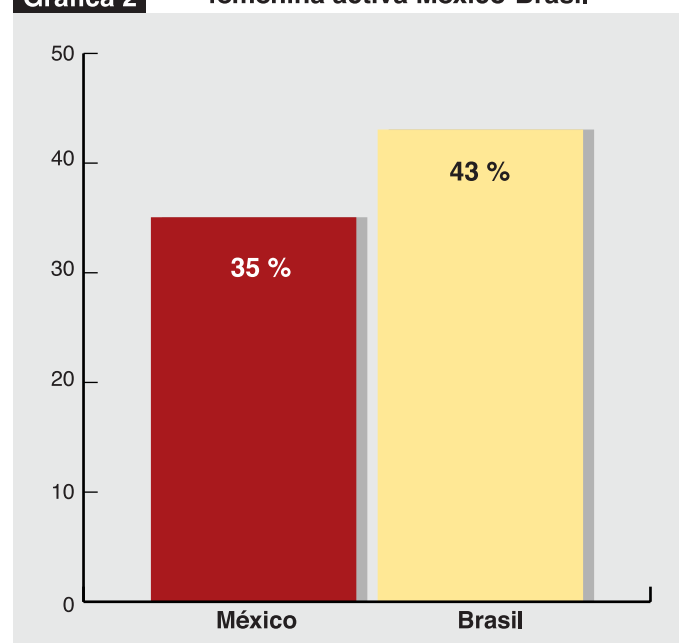
mente a Brasil en términos de PIB: \$676, 497 mdd ³ contra \$604, 855 para Brasil ⁴.

¿Cuál es el peso de las mujeres en la población económicamente activa en ambos países? En la gráfica 2 vemos que el peso de las mujeres en la actividad económica es de 43% en Brasil ², mayor que la población femenina económicamente activa en México (35%) ¹.

Gráfica 1 Población México-Brasil



Gráfica 2 Porcentaje de población femenina activa México-Brasil

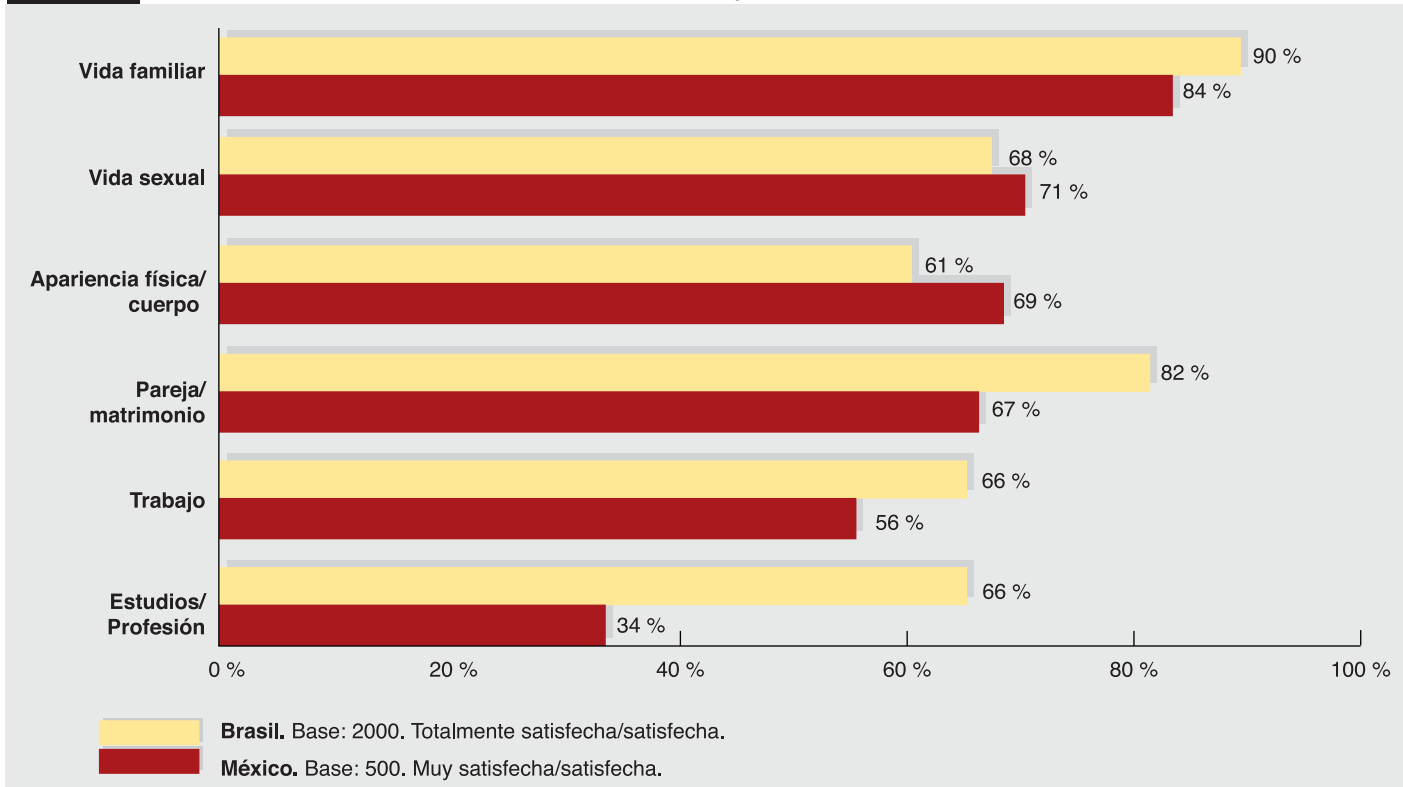


Actitudes de la Mujer: México-Brasil

En el último Congreso de ESOMAR en México (24-26 de Octubre 2004), nos llamó la atención la presentación de Nelsom Marangoni, de IBOPE Solution Brasil titulada “*Mulheres do novo século, 2004.*” (Mujeres del nuevo siglo, 2004), donde daba a conocer resultados similares a un estudio que llevamos a cabo en el 2001: “*La mujer mexicana y el trabajo*”. Si bien las metodologías por supuesto son diferentes, una comparación de selectos resultados de ambos estudios nos permite un primer entendi-

Gráfica 3

Satisfacción mujeres México-Brasil



miento de las diferencias y similitudes entre mujeres mexicanas y brasileñas. (Ver nota metodológica al final).

Satisfacción

Dicen las malas lenguas que “nunca se puede contentar a una mujer”. Sin embargo, la gráfica 3 nos presenta un perfil de satisfacción alto, bastante similar entre mujeres de ambos países: alta satisfacción en cuanto a vida familiar, sentimental, sexual... menor satisfacción de las brasileñas en cuanto a su cuerpo, quizá por cierto culto al cuerpo en Brasil.

La primera diferencia importante está en la relación con la pareja: 82% de las brasileñas están totalmente satisfechas o satisfechas, contra sólo 67% de las entrevistadas mexicanas. He aquí un primer “foco de alerta”: ¿no están tan satisfechas las mexicanas con la otra mitad de la población?

Segunda diferencia, crítica en cuanto a medir el grado de “inserción social” de las mujeres: la satisfacción de las brasileñas es mayor en cuanto a trabajo (66% contra 56%), y mucho mayor en cuanto a estudios, profesión que la de las mexicanas (66% vs 34%).

Educación: Mujeres México-Brasil

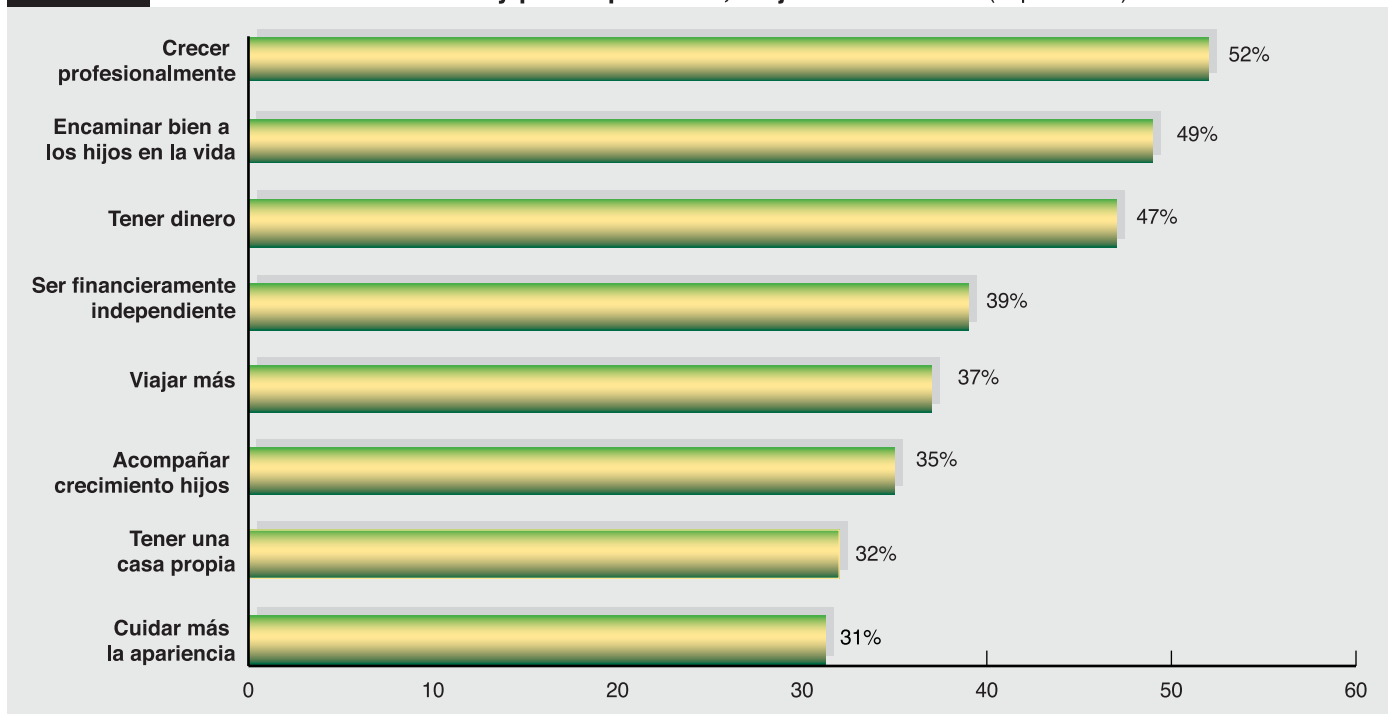
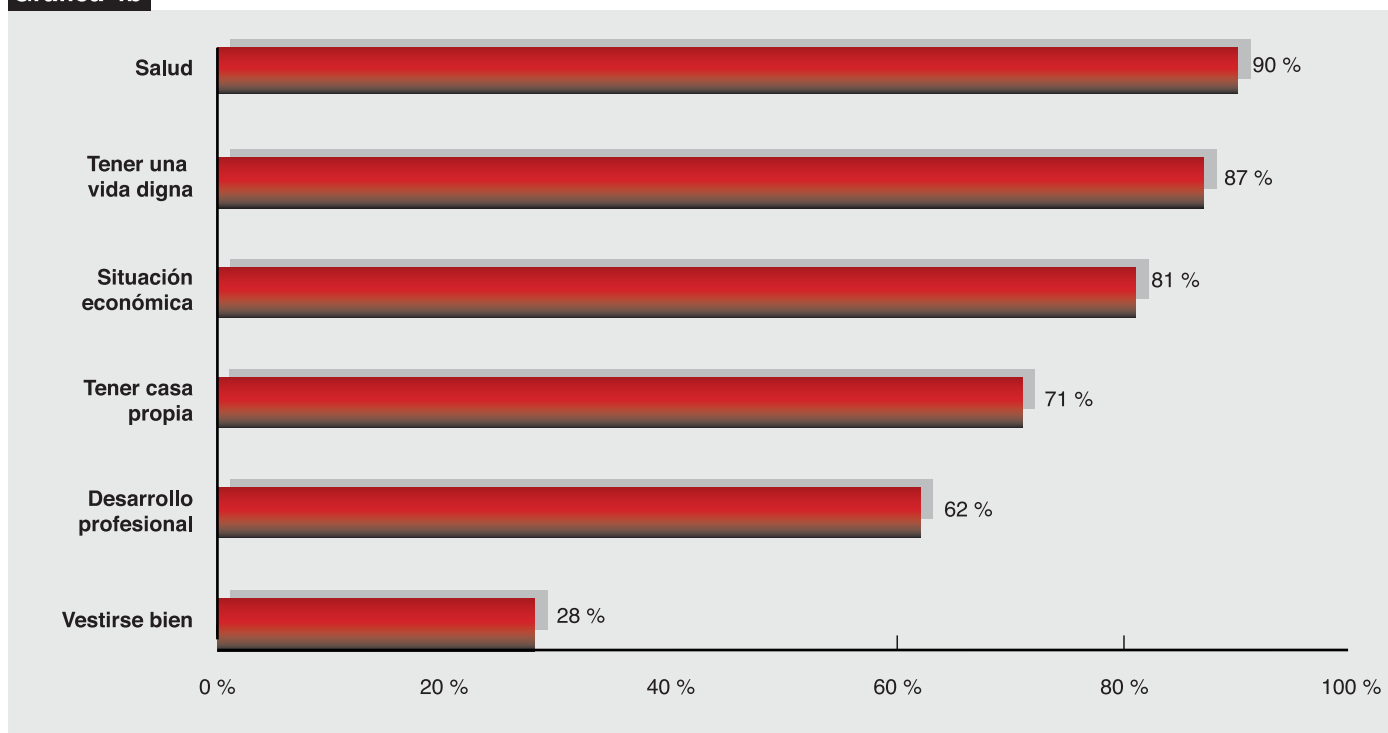
Si comparamos el nivel de educación de las mujeres en ambos países, aun tomando en cuenta la diferencia en clasificación entre el INEGI y el IBGE brasileño, vemos en la tabla 1 que el porcentaje de mujeres con educación superior es mayor en Brasil (26.5% con 11 años o más de educación) que en México (6.4% de mujeres con educación superior).

Tabla 1 Porcentaje de mujeres con educación

México		Brasil (Años de educación)	
Secundaria	12.5%	8 a 10 años	16.3%
Preparatoria	11.7%		
Superior	6.4%	11 años ó más	26.5%

Sueños y Preocupaciones Personales

En cuanto a los “sueños” de las mujeres brasileñas, un 52% (espontáneo) quiere crecer profesionalmente. Es el porcentaje más alto, arriba de “los hijos” (gráfica 4a).

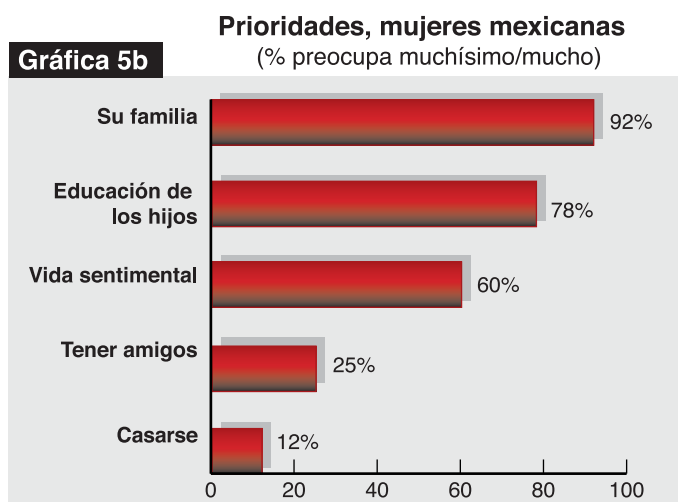
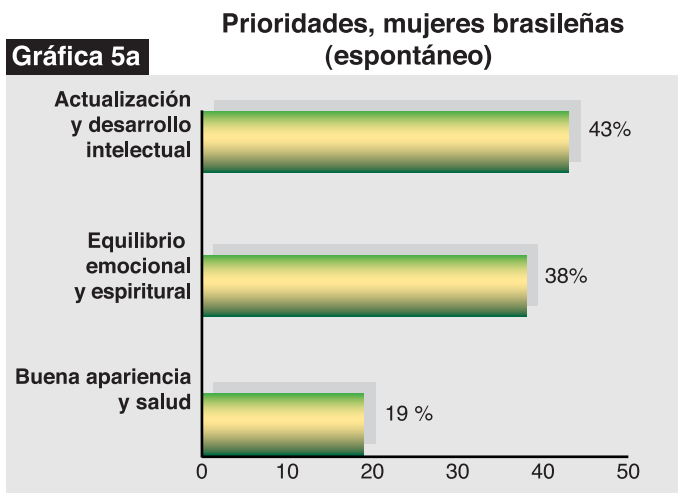
Gráfica 4a
Sueños y preocupaciones, mujeres brasileñas (espontáneo)

Gráfica 4b
Sueños y preocupaciones, mujeres mexicanas (% se preocupa muchísimo/mucho)


En cambio (ojo: metodología diferente), las entrevistadas mexicanas, más allá de la salud o de tener una vida digna, parecen enfocarse más a lo económico (81% preocupa muchísimo/mucho), lo que re-

mite quizá a “precariedad”, o en tener casa propia (71%) – lo que remite al hogar – que en su propio desarrollo o crecimiento profesional (62%). (Gráfica 4b).

Prioridades

Una comparación de prioridades parece confirmar la diferencia de enfoque: mientras que las mujeres en Brasil tienen como prioridades más importantes la actualización y desarrollo intelectual (43% espontáneo) (gráfica 5a), para las mexicanas lo más importante es la familia (92% se preocupa muchísimo/mucho), seguido por la educación de sus hijos (78%). (Gráfica 5b). ¿Abnegadas las mexicanas?



Esto puede significar una diferencia importante entre mujeres de ambos países: mientras que las brasileñas tienen una meta más individualista, encaminada hacia su propia persona, las mexicanas se enfocan más hacia las responsabilidades de carácter familiar.

Actitudes hacia el Trabajo

Las mujeres brasileñas parecen plantear el trabajo como un medio para conseguir independencia:

- Un 69% de las brasileñas consideran que “toda mujer tiene que ser independiente financieramente del hombre.
- Un 64% dijo que “Toda mujer debe de tener una carrera.”

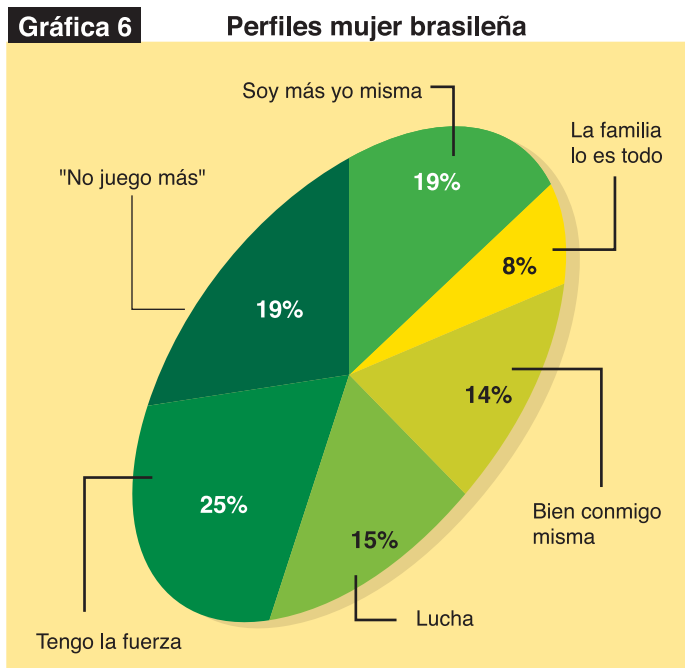
Por otra parte, entre las entrevistadas mexicanas, trabajar parece ser un “mal necesario” para mejorar el ingreso:

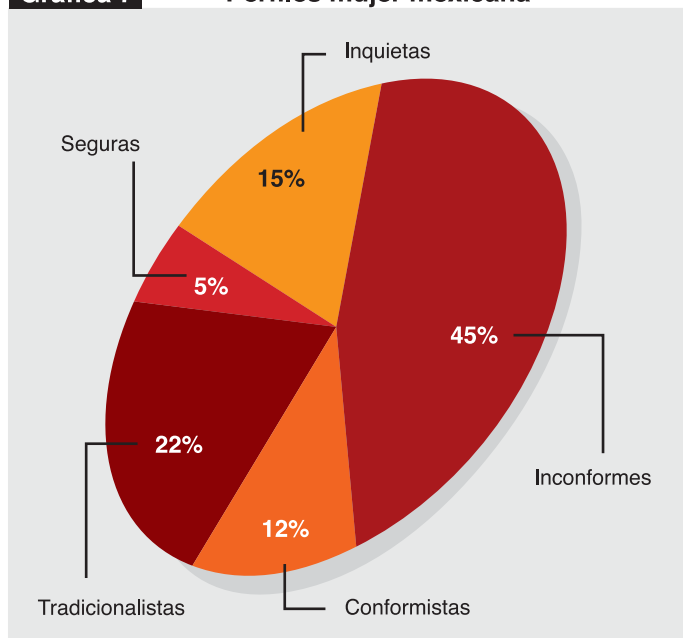
- “Para tener mejor economía”: 41%.
- “Por el aspecto económico”: 19%.
- “Para ayudar a mi pareja”: 19%.

Las coincidencias en cuanto a que el trabajo es un medio para tener una mayor bonanza económica son claras. Sin embargo, las brasileñas parecen tener más claro que el trabajo sirve no solamente para eso, sino para su propio desarrollo individual. Notemos que en México una razón mencionada es la colaboración en pareja, lo cual puede hablar también que consideran que esta actividad puede servir para contribuir al desarrollo del hogar, y no tanto para desarrollarse individualmente.

Perfiles Psicográficos: Brasil y México

En ambos estudios se obtuvieron perfiles psicográficos de mujeres. Cabe mencionar que se consideraron variables distintas en los dos estudios.



Gráfica 7 Perfiles mujer mexicana


En Brasil se obtuvieron 6 tipos distintos de mujeres. Gráfica 6.

En México determinamos los siguientes perfiles, ver gráfica 7.

A primera vista los perfiles parecen bastante diferentes. Sin embargo, y no obstante las diferencias entre las variables que originan estos clusters, una comparación a detalle entre cada uno de los grupos llama la atención. La tabla 2a muestra un perfil y una incidencia similar de “Amas de casa Contentas”:

“Desperate Housewives”

En la Tabla 2b, vemos un 19% de brasileñas que ya “no juegan más”, y en México, dos grupos pue-

den calificar como “Desperate housewives”, frustradas, insatisfechas, tanto con el hogar como a veces con el trabajo que alcanzan a tener. En particular, las “inconformes” en México representan el 45%...

“Luchonas”

Brasil y México parecen tener el mismo porcentaje de “luchonas” que intentan e intentan, a pesar de las adversidades. (Tabla 2c).

Balanceadas: Sólo en Brasil

Curiosamente, sólo Brasil evidencia grupos de mujeres “en balance”, que hayan logrado cierta armonía entre la familia y el trabajo. Ojo: puede ser también por inclusión de ciertas variables en el estudio de Brasil que no se hayan contemplado en México. (Tabla 2d).

Y finalmente, vemos en la Tabla 2e, cómo la proporción de brasileñas fuertes, seguras de sí mismas es mucho más alta (25%) que en México (5%).

Conclusiones

Después de tan “arriesgado” ejercicio, los datos parecen apuntar a una mayor independencia e integración de la mujer brasileña en la sociedad, fuera del hogar. Obviamente, falta confirmar estas conclusiones preliminares con estudios trasnacionales en la región.

Sin embargo, dos conclusiones se imponen:

Primero: falta mucho todavía para que la mujer mexicana desarrolle un mayor lugar en la sociedad.

Tabla 2a

Amas de casa «contentas»

Brasil La familia lo es todo (8%)	México Conformistas / hogareñas (12%)
• Determina sus metas y sus esfuerzos con base a la familia. • Ama de casa típica, con alto sentido de los valores familiares, del matrimonio y los niños. Orgullosa de sí misma. • Equilibrada, afectiva, religiosa, satisfecha con su vida sexual. • Se le dan muy bien las tareas domésticas. • Compra con pleno sentido de la relación costo-beneficio de las cosas.	• Se conforman con la posición económica brindada por su esposo. • Tienden a estar casadas y ser amas de casa. • No se sienten frustradas dentro del hogar.

Tabla 2b

«Desperate housewives»

Brasil	México
	• Se enfoca hacia los hijos y la familia. • Se sienten en inferioridad con respecto a los hombres, que tienen una mayor oportunidad de trabajo, están mejor pagados, y que deben de llevar las riendas del hogar. • Sufren de frustraciones de tipo personal por lo mismo. • Son convencidas de que aunque pueden realizarse, esto depende del apoyo de su esposo, con el cual no cuentan.
“No juego más.” (19%)	Inconformes (45%)
• No tiene muy arraigados los valores tradicionales“ ni los nuevos. • No valoriza su papel dentro de la familia, no piensa en tener hijos. • El trabajo a pesar de tener un significado relevante, le parece un obstáculo para su vida personal y familiar. • Le gusta desafiar a los modelos actuales femeninos. • No tiene un gran compromiso político, personal ni social. • Suele ser muy consumista. • Insatisfecha en el aspecto personal y sexual.	• La mujer que trabaja tiene dos trabajos”. • Piden mayor consideración para las mujeres con hijos. • “La economía familiar es de dos”. • Desean mayor libertad, se sienten frustradas en casa. • No creen que su trabajo en el hogar se reconozca como se debe. • Quieren participación equitativa de pareja en las cuestiones del hogar. • Son las más insatisfechas.

Tabla 2c

«Luchonas»

Brasil Lucha (15%)	México Inquietas (16%)
• Exigente consigo misma, padece de estrés y una baja calidad de vida. • Se enfoca a reducir los problemas y a disminuir sus exigencias, sin embargo no está realizada personal, familiar ni profesionalmente. • Valora más las tradiciones, busca ser buena madre y compañera, siente que no tiene tiempo para la familia y su vida sexual no es algo tan importante. • Trabaja por obtener independencia financiera pero como mencionamos, no se siente realizada.	• Este tipo de mujer busca flexibilidad en los horarios de trabajo. • Cree en que debe de haber una mayor consideración en el trabajo para con las mujeres que tienen hijos. • Se arrepiente de haber dejado de estudiar (cuando es el caso) y se siente frustrada dentro de casa. • El trabajo le representa un medio de superación personal y una fuente de ingresos.

Tabla 2d **Balanceadas familia-trabajo**

Brasil Soy más yo misma (19%)	Brasil Bien conmigo misma (14%)
• Esa mujer le da importancia a la familia, está satisfecha con su vida familiar. • Invierte en su vida profesional. Es independiente y le gusta el poder. • Es eficiente y lleva una vida social intensa. • Es sofisticada, sigue la moda y las tendencias en general, es vanidosa y exigente consigo misma y con los demás. • Los productos facilitan la vida.	• Elevada autoestima y es muy religiosa. • Mantiene un buen equilibrio entre el aspecto personal, familiar y profesional. • Tiene fuertes vínculos afectivos con su familia y, por ello, rara vez se siente solitaria. • Satisfecha con el trabajo por la independencia, el crecimiento y la autorrealización. • Es más independiente, vanidosa y preocupada por su salud y cuerpo.

Tabla 2e **«Executive woman»**

Brasil Tengo la fuerza (25%)	México Seguras (5%)
• Esta mujer está en constante descubrimiento de ella misma. • No dedica mucho tiempo a la familia, sin embargo le da un gran peso a la educación de los niños. • El futuro es importante, le gusta la independencia financiera, la información. • Concilia muy bien su vida personal con la profesional. • El sexo, el crecimiento personal, la emancipación femenina y la independencia en las relaciones amorosas son importantes para ella.	• Estas mujeres son las más independientes. • Consideran que el papel de la mujer no es casarse y tener hijos, que no debe sacrificar su vida, y que no es cómodo quedarse en casa. • El hombre no es la cabeza de la familia, y no se conforman con la posición económica obtenida solamente de su esposo. • Altamente competitivas pues creen que el hombre no debe estar mejor pagado. • Son las más satisfechas con su vida.

Segundo: marcas internacionales con presencia regional en América Latina deben de ajustar sus estrategias de mercadotecnia para atender perfiles de consumidoras muy diferentes de un país a otro, aún en el mismo continente.

Agradecimiento: mil Gracias a Nelsom Marangoni de Ibope Solution Limitada por permitirnos el uso de su estudio para fines de comparación.

Fuentes

¹ INEGI. Datos actualizados al 2004.

² IBGE Brasil. Datos actualizados al 2004.

³ www.worldbank.org. Julio del 2005

⁴ www.worldbank.org. Julio del 2005.

⁵ www.latin-focus.com

Metodología

Aspecto a comparar	Brasil	México
Metodología	Cualitativa y Cuantitativa	Cuantitativa
Total muestra	2000	500
Fecha de realización	Julio - Agosto 2004	2001
Edades	18-49 años	25-49 años
NSE	A, B (alta y media)	B/C+, C
Plazas	3 zonas distintas	D.F.